



Sémiotique des interfaces : la promesse du flat design

Jean-Philippe Dupuy

► To cite this version:

Jean-Philippe Dupuy. Sémiotique des interfaces : la promesse du flat design. Sensible et communication : Du cognitif au symbolique, ISTE, 2015, Sciences cognitives, 978-1-78405-125-9. hal-01266762

HAL Id: hal-01266762

<https://hal.science/hal-01266762>

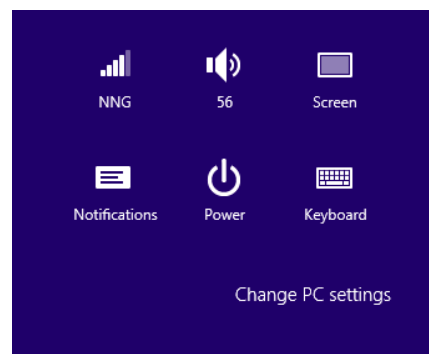
Submitted on 3 Feb 2016

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Sémiotique des interfaces : la promesse du flat design.

Popularisé par l'informatique, le concept d'interface a connu une extension considérable dans le domaine des sciences de la communication où il désigne tout dispositif favorisant l'échange et l'interaction entre différents actants (personnes, systèmes, objets, etc.) ; l'interface¹ n'est rien d'autre, en fait, que la face opérationnelle du *canal* de Shannon, le passage obligé de tout processus de communication et particulièrement de médiation puisqu'il s'agit alors d'introduire de la continuité entre deux systèmes aux propriétés différentes, de briser cette frontière commune à deux domaines : plus les éléments à apparier sont hétérogènes ou complexes, plus le rôle de l'interface apparaît crucial.



Dans la communication de l'homme avec la machine -communication rendue difficile par leur différence de nature- le rôle des interfaces semble donc essentiel et leur conception évolue sans cesse : d'abord symboliques (textuelles) sur les premiers ordinateurs, elles sont devenues en grande partie iconiques avec les systèmes d'exploitation les plus courants (Windows, Linux, OS X, IOS...), avant de devenir aujourd'hui, sur les tablettes et smartphones, en quelque sorte indicielles : les interfaces tactiles nous donnent en effet le sentiment d'agir directement sur l'objet ; les signes que l'on manipule (glisser vers la droite, pincer, écarter les doigts, etc.) ne sont plus perçus comme des signes, ils s'effacent derrière le geste perçu comme naturel.

À ces modifications fondamentales qui concernent la nature même des signes que l'on utilise à travers l'interface, s'ajoutent également des évolutions qui peuvent paraître accessoires. L'apparition du *flat design* ces dernières années est ainsi souvent considérée comme un simple phénomène de mode, un outil marketing pour donner un look plus moderne à nos écrans. Nous voudrions au contraire montrer, à travers quelques remarques sémiotiques, qu'une interface n'a pas qu'une fonction ergonomique : elle constitue un langage à part entière et l'évolution de son discours témoigne des expériences nouvelles promises aux utilisateurs.

- :- :-

Flat design et iconicité

Rappelons d'abord quelques éléments généraux permettant de mieux cerner ce qu'est le *flat design*.

Le terme *flat design* est généralement attribué à Allan Grinshtein qui, dès 2012, milite pour un design « honnête » et considère que « les interfaces élégantes sont celles qui ont le plus d'impact tout en utilisant le moins d'éléments graphiques possible »². Le *flat design* se caractérise ainsi par une interface utilisateur simplifiée, une navigation plus claire, avec notamment

- de grands éléments graphiques dans de larges espaces vides
- des aplats de couleurs vives et contrastées
- des typographies élégantes
- des icônes stylisées
- la suppression de tout effet ornemental superflu (relief, 3D, ombres, texture, etc.)
- l'abandon du skeuomorphisme, terme consacré par l'usage et qui désigne le fait de reproduire assez fidèlement la couleur, la forme d'un objet familier (une corbeille, une boussole, une étagère à livres, etc.) pour représenter un objet virtuel.

¹ Sur le concept d'interface, voir par exemple M. Deni (Deni, 2002).

² « Designing honestly means recognizing that things you can do with screens and input devices can't be done with physical objects — more importantly that we shouldn't try copying them.... We believe that elegant interfaces are ones that have the most impact with the fewest elements ». The Flat design Era, 2012.

Disponible sur <http://layervault.tumblr.com/post/32267022219/flat-interface-design> [consulté le 7.05.2015].

Le *flat design* a été popularisé par les principaux acteurs actuels du monde informatique, Google, Microsoft (dans Windows 8 Modern UI), et Apple (dans iOS 7 et Mac OS X Yosemite). On lui reconnaît généralement trois avantages : il ne surcharge pas inutilement le cerveau de l'utilisateur par les artifices graphiques inutiles ; il favorise le *responsive design* en préservant la lisibilité des messages quel que soit le support utilisé (ordinateur, tablette, smartphone) ; il permet plus de souplesse dans l'évolution de la charte graphique. Mais le *flat design* a subi également de nombreuses critiques, notamment de la part de Jacob Nielsen, qui a mis en évidence les problèmes d'ergonomie³ que peuvent susciter ces interfaces : dans certains cas, on ne sait plus, par exemple, si tel élément est ou non cliquable, les éléments d'interface se confondant avec les éléments de contenu.

D'un point de vue sémiotique, on notera d'abord que le *flat design* ne consiste pas à passer de l'icône au symbole : la corbeille, le clavier, le bouton « démarrer » restent identifiables au premier coup d'œil et continuent à entretenir une relation de similarité avec l'objet représenté. Le groupe µu a montré que tout signe iconique présentait avec son référent à la fois une ressemblance et une transformation : c'est précisément dans le niveau de ressemblance et de transformation que réside la spécificité du *flat design* ; ou, pour employer les termes d'Abraham Moles (Moles, 1972)⁴, c'est le degré d'iconicité qui se trouve modifié : l'objet reste reconnaissable, mais son traitement est simplifié, schématisé afin de supprimer tout effet de réalité.

Essayons de préciser encore : Daniel Peraya (Peraya, 1998) a classé les icônes informatiques en quatre degrés : analogique (traitement figuratif sur la base d'un donné perceptif), analogique conventionnel (traitement figuratif mais signification conventionnelle), symbolique analogique (symbolique mais incorporant une valeur onomatopéique linguistique et/ou scripto-visuelle), symbolique (langue naturelle ou artificielle). Les modifications apportées par le *flat design* ne font pas passer, là non plus, les icônes d'une catégorie à une autre (les icônes symboliques le demeurent, de même que les icônes analogiques conventionnelles ou symboliques analogiques) ; la relation entre le référent et l'icône ne change pas, c'est le sens et la fonction de l'icône qui se trouvent modifiés. L'interface du système ne doit pas en effet être étudiée seulement dans une perspective ergonomique (ce qui en réduirait la fonction à des visées dénotatives et conatives), elle doit être considérée comme un langage à part entière, doté à ce titre de fonctions expressives, poético-ludiques, phatiques et métalinguistiques, pour reprendre les termes de Jakobson.

Le traitement graphique effectué sur les icônes et plus globalement sur l'ensemble de l'interface a selon nous deux objectifs simultanés : guider l'utilisateur, comme dans les interfaces skeuomorphes, mais aussi exprimer une différence ; différence avec le monde réel d'une part (« *ceci n'est pas une boussole* »), avec les systèmes ou programmes précédents d'autre part, la nouveauté s'affirmant comme signe d'un surcroît de qualité.

Afin de vérifier cette hypothèse, revenons d'abord sur les fonctions de l'interface. Une interface présente pour nous trois fonctions principales, fonctionnelle (faire faire), cognitive (faire savoir), idéologique (faire croire). Dans le cadre de l'utilisation d'une machine, faire faire, c'est mettre à la disposition de l'utilisateur des dispositifs (bouton, clavier, micro, écran, etc.) qui déclenchent une tâche donnée et permettent d'en suivre ou d'en modifier le déroulement ; faire savoir, c'est, dans une perspective ergonomique, suggérer à l'utilisateur ce que le système est susceptible de réaliser (on parlera alors, avec Donald Norman, d'affordance⁵) et, plus généralement, lui donner un modèle conceptuel qui le guidera dans le traitement des tâches⁶ ; faire croire enfin, c'est organiser l'interface de façon à convaincre l'utilisateur : par exemple, que la tâche est aisée, que l'utilisation du système est ludique, que l'enchaînement des actions est rigoureux.

Prenons l'exemple de la boussole, icône permettant, sur les systèmes Apple, de lancer le navigateur Safari pour s'orienter sur le réseau Internet. La version non-flat de cette icône crée un effet de réalité en jouant sur la boucle d'attache (au sommet), la couleur du cerclage qui évoque le métal, les jeux d'ombre, les indications de directions. Ainsi mise en scène, cette icône présente plusieurs intérêts : elle est –au moins pour les utilisateurs non novices– dotée d'une affordance élevée, la métaphore de la boussole renvoyant assez clairement à l'idée de navigation ; elle fournit également un modèle mental, celui du parcours à travers le réseau illimité et de la nécessité de disposer d'un outil pour s'orienter ; enfin, elle renvoie connotativement à l'univers de l'aventure, de la découverte, de l'exploration des territoires lointains.

³ Les remarques détaillées sont disponibles sur les pages <http://www.nngroup.com/articles/ios-7/> et <http://www.nngroup.com/articles/windows-8-disappointing-usability/> [consultées le 9.08.2014].

⁴ A. Moles définit une échelle présentant douze degrés ; elle permet de classer l'ensemble des représentations iconiques selon leur « quantité de réalisme, d'imagerie immédiate », des plus analogiques (le référent lui-même) aux plus abstraites (les mots et formules algébriques).

⁵ On retrouverait ces trois fonctions essentielles de l'interface dans la plupart des situations de communication : le packaging des produits de grande consommation, par exemple, joue bien ce triple rôle.

⁶ Comme le remarque J. Schlanger (Schlanger, 1989), « la fonction des modèles analogiques n'est pas directement cognitive mais avant tout heuristique : elle est de donner à voir et de donner à dire, d'étendre et d'enrichir l'espace traitable ».



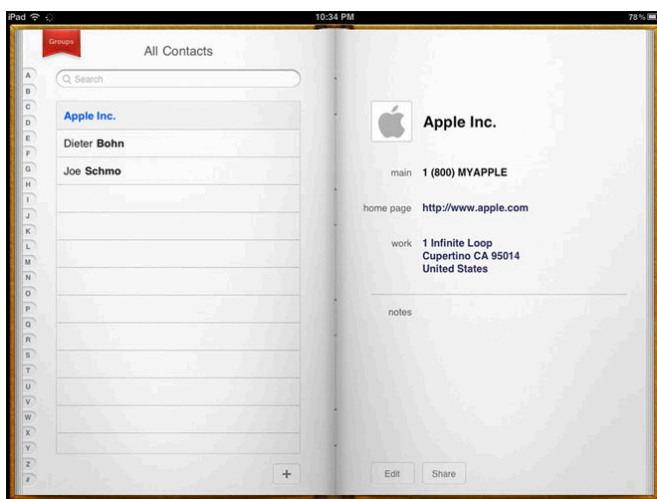
Safari sous MAS OS X Mavericks



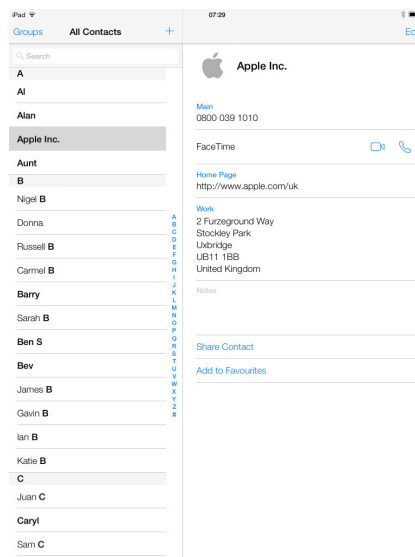
Safari sous IOS7 (*flat design*)

Qu'en est-il de la version *flat design* de cette même icône ? Bien que réduite à quelques traits distinctifs (l'aiguille bicolore, la graduation), l'icône n'en reste pas moins identifiable comme boussole ; cependant, le signifiant se sépare clairement du référent analogique pour se réduire à un type, à une fonction : la dimension sensible de l'objet a disparu ; on n'active plus ici une référence au monde réel mais, de façon moins incarnée, on indique simplement la fonction du programme sous-jacent. On signifie par là, tout d'abord, que le monde numérique n'est pas la copie de l'univers analogique : ce ne seront ni les mêmes fonctionnalités ni les mêmes modèles mentaux ; on indique d'autre part une rupture avec les versions précédentes du navigateur Safari.

Afin de ne pas limiter le propos aux icônes de l'interface, prenons comme deuxième exemple le carnet



Carnet d'adresse IOS 6



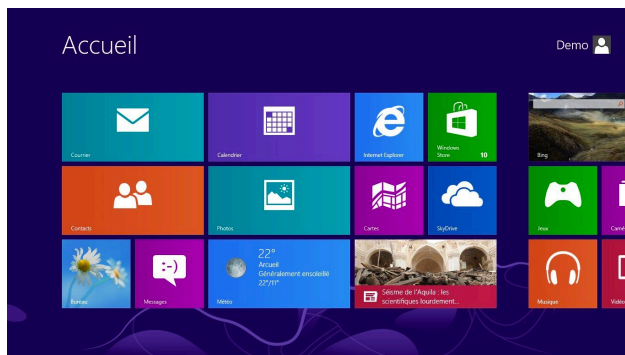
Carnet d'adresse IOS 7 (*flat design*)

d'adresses ; on pourrait faire à peu près les mêmes remarques : dans le premier cas, la représentation fidèle d'un carnet d'adresses donne à l'utilisateur un modèle conceptuel d'organisation des contacts (regroupés par page selon leur initiale, puis triés alphabétiquement sur chacune des pages que l'on tournera comme dans le référent analogique) ; dans le second, le modèle de la page, inadapté aux écrans et utilisé par « effet diligence »⁷ disparaît au profit de la notion de liste non finie. La rupture est ainsi consommée avec le référent analogique : l'utilisateur ne cherchera plus dans le programme un substitut à l'objet du monde réel, doté des mêmes caractéristiques ergonomiques ; c'est au contraire un objet nouveau qui se présente à lui, qui lui donnera les mêmes renseignements sans pour autant présenter un fonctionnement identique. Le numérique n'est plus une copie de l'analogique, il s'affirme radicalement différent.

Dans une perspective gestaltienne, quittons le niveau individuel de chaque icône pour en examiner l'ensemble, tel qu'il est présenté par exemple sur la page d'accueil de Windows 8. On constatera que le *flat*

⁷ La notion d'« effet diligence » a été proposée par Jacques Perriault pour rendre compte du fait qu'une invention technique met un certain temps à s'acclimater pour être socialement acceptée ; pendant cette période d'acclimatation, des protocoles anciens sont appliqués aux techniques nouvelles. Les premiers wagons avaient la forme des diligences.

design permet de créer des relations nouvelles entre les objets, relations reposant sur la couleur, la forme, la position dans l'espace : la réduction de l'iconicité individuelle de chaque objet autorise ainsi sa mise en relation avec d'autres outils apparentés (les outils de communication, d'écriture, de graphisme, etc.) : de nouvelles catégorisations apparaissent, et donc une nouvelle *forme*, au sens de Hjelmslev, un nouveau langage pour un contenu qui s'affirme ainsi différent.

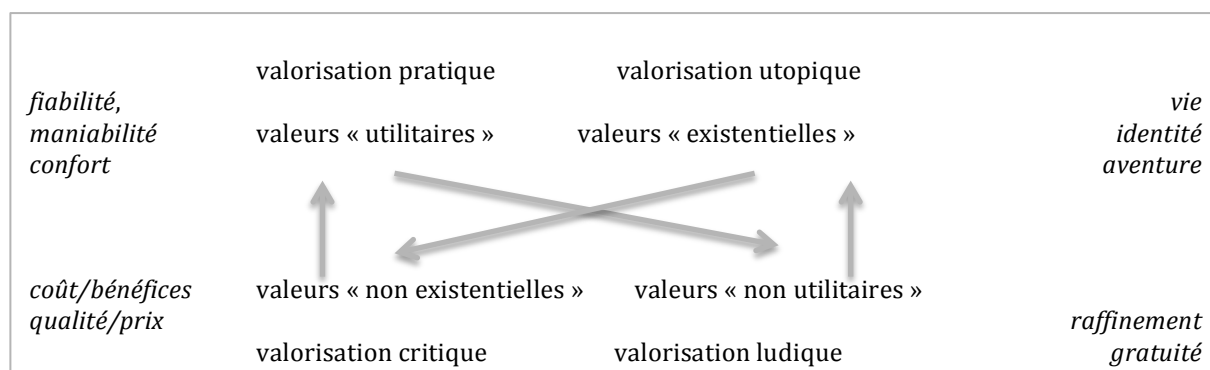


Page d'accueil Windows 8 (*flat design*)

Flat design et valeurs de consommation

Faire appel aux valeurs de consommation pour analyser le *flat design* pourra sembler de prime abord singulier : loin de J.M. Floch qui examine les discours de la communication marchande (hypermarchés, voitures Citroën, etc.), nous cherchons en effet à comprendre ce que signifient les modifications graphiques apportées à nos interfaces informatiques... Mais à y regarder de plus près, il s'agit dans les deux cas d'analyser un système de communication⁸ qui doit permettre de séduire/convaincre/ aider un consommateur/utilisateur afin qu'il réalise certaines actions.

On ne détaillera pas ici le célèbre carré sémiotique proposé par Jean-Marie Floch : rappelons simplement que le chercheur décèle dans le discours publicitaire quatre valorisations, organisées selon une double opposition : valeurs utilitaires (on vante l'aspect pratique, confortable, maniable du produit) vs. valeurs ludiques (le produit est amusant, plaisant, esthétique), valeurs critiques (le produit présente un bon rapport qualité/prix, il est rationnellement intéressant, astucieux) vs. valeurs existentielles (en acquérant ce produit, j'affirme mon identité, je modifie mon image).



Les valeurs de la consommation selon Jean-Marie Floch,

Pour nous, l'utilisation d'un système informatique répond aujourd'hui à deux grands types d'aspirations : d'un côté, un souhait de praticité et d'efficacité (on parlera, avec J.M. Floch, de valorisation pratique et critique) ; d'un autre, une envie d'éprouver du plaisir et d'affirmer sa compétence (et l'on retrouvera les valeurs

⁸ On peut considérer que, prise dans son ensemble, l'interface d'un ordinateur ou d'un smartphone en constitue le packaging (ce n'est pas un hasard si ces outils sont toujours présentés allumés au consommateur).

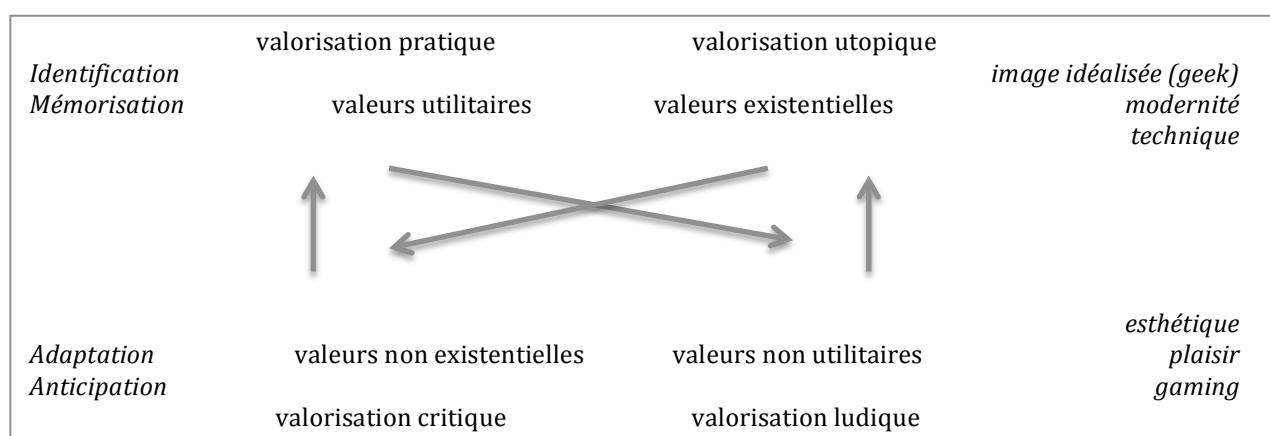
de vie, ludiques et utopiques). Proposons comme hypothèse que *l'apparition du flat design répond précisément à l'émergence récente de ces valeurs ludiques et utopiques dans la pratique du numérique.*

Reprenons plus précisément chacun des quatre pôles de ce carré.

A gauche, tout d'abord. L'utilisateur d'un système informatique peut rechercher d'abord l'efficacité : l'interface doit lui permettre d'identifier facilement le programme sous-jacent et de mémoriser la relation entre telle icône et tel programme ; c'est là l'aspect ergonomique de l'interface qui doit permettre à l'utilisateur de mener à bien ses tâches sans risque de tâtonnement ou d'erreur ; la qualité d'une interface est souvent évaluée d'après ces seules valeurs utilitaires.

Mais l'utilisateur, connaisseur ou novice, peut aussi rechercher le meilleur logiciel ou système, celui qui répondra le mieux à ses besoins, qui proposera l'interface la plus adaptée, celle qui présentera des qualités d'efficacité, de fiabilité, de facilité d'apprentissage, d'appropriation et d'utilisation, toutes qualités qui définissent pour partie la convivialité d'une interface.

Passons aux deux pôles situés à droite. Par leur écart avec le réel, leurs formes schématiques, les interfaces en *flat design* permettent à leurs utilisateurs de se construire une identité reposant sur des valeurs de technicité, de modernité : il ne s'agit plus en effet, de reproduire via le numérique les anciens systèmes analogiques, mais bien d'innover, d'imaginer de nouveaux rapports, de nouvelles méthodes : de quoi fédérer des communautés et donner un sentiment d'appartenance aux *digital natives*.



Les valeurs de l'interface en *flat design*

Enfin, les applications en *flat design* manifestent une véritable recherche esthétique : affranchies de leur obligation de mimer le référent analogique, elles peuvent jouer sur les lignes, les formes, les blocs afin de faciliter le respect d'une charte graphique signifiante. Grâce notamment à leurs couleurs vives et leur organisation dans l'espace de l'écran, elles renvoient à l'univers du jeu plus qu'à des processus technologiques ; elles suscitent le plaisir et l'envie comme en témoigne l'émergence de la notion d'interface persuasive : dans son article sur le marketing d'interface, François Verron (Verron, 2014) remarque ainsi qu'il ne s'agit pas seulement en effet « de répondre à un besoin d'utilisation mais de susciter ce besoin, en surprenant l'internaute, en le séduisant afin de le faire entrer dans le jeu. L'interface persuasive doit raconter une histoire et faire appel au côté émotionnel. Une interface amicale, complice favorise le passage à l'acte sans pour autant brider le besoin d'un accès rapide à l'information : l'internaute reste libre [...] Cette adhésion de l'internaute passe donc par les notions de plaisir et de confiance... Le plaisir pour l'aspect déclenchement impulsif, la confiance pour l'instauration d'une connivence, d'une relation sur le long terme. »

Ces quatre types de valorisation permettent de distinguer schématiquement quatre utilisateurs : le *travailleur*, soucieux d'efficacité ; l'*ergonome*, qui recherche l'outil le plus adapté à la réalisation de ses besoins informatiques ; le *geek*, avide de nouveautés, qui se plaît à affirmer sa modernité et ses compétences ; l'*hédoniste*, pour qui l'utilisation des systèmes numériques est un moment de plaisir et de jeu. Rien n'interdit bien sûr à un même utilisateur d'assumer successivement ces quatre rôles selon ses besoins ou ses envies.

- :- :-

Ces quelques notations sémiotiques ne prétendent pas épuiser le sujet ! Postulant qu'une interface était un langage doté de fonctions multiples qui dépassaient les seules visées ergonomiques, nous avons considéré le *flat design* comme un discours porteur de sens : en faisant le choix de privilégier les couleurs vives, d'abandonner le skeuomorphisme et plus globalement en modifiant son degré d'iconicité, le *flat design* crée de nouvelles relations entre les signes de l'interface ; il témoigne également d'une rupture avec les référents analogiques dont

on ne cherche plus à reproduire les modèles conceptuels ; en ce sens, il est le signe d'une évolution dans la promesse offerte par les outils numériques, des outils qui ne sont plus conçus comme devant répondre uniquement à des impératifs d'efficacité et d'ergonomie : ce que semble nous proposer le *flat design*, ce sont des expériences différentes, apparentées au jeu, au plaisir, à l'esthétique ; une expérience sensible, donc, bien loin de l'image stéréotypée du poste de travail : l'apparition récente de l'*Apple watch* et du nouveau *MacBook* (avec son pavé tactile à retour haptique) ne fait que confirmer cette tendance.

Bibliographie

Denis, M. (2002). « La construction sémiotique d'une interface conviviale » dans J. Fontanille (ed.), *Des théories aux problématiques*. Actes du Congrès de l'Association Française de Sémiotique. Limoges: Pulim (CD-ROM).

Floch, J.-M. (1990). *Sémiotique, Marketing et communication. Sous les signes les stratégies*. Paris : PUF.

Moles, A. (1981). *L'image communication fonctionnelle*. Tournai : Casterman.

Moles, A. (1986). *Théorie structurale de la communication et société*. Paris : Masson.

Peraya, D. (1998). « Structures et fonctionnement sémiotiques des icônes de logiciels et d'environnements informatiques standardisés (ILEIS) ». *Recherches en communication*, no. 10, p. 101-141.

Schlanger, J. (1989). « La pensée inventive » dans I. Stengers et J. Schlanger, *Les concepts scientifiques*. Paris : La Découverte, p. 74-75.

Verron, F. (2014). « L'interface persuasive, pilier de l'efficacité d'un site Web ». *Journal du net*. Disponible sur http://www.journaldunet.com/solutions/0508/050929_tribune.shtml [consulté le 9.08.2014].